



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA

FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - FATECS

CURSO: TURISMO

**ANÁLISE DAS POLÍTICAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE
PIRENÓPOLIS: PERCEPÇÃO DOS SETORES PÚBLICO, PRIVADO E
COMUNIDADE LOCAL.**

ANDREA ALENCAR SILVA

RA: 2032184-0

PROF. ORIENTADOR: ANNA MARIA FELIPIN RIGOBELLO

Brasília/DF, junho de 2010

ANDREA ALENCAR SILVA

**ANÁLISE DAS POLÍTICAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE
PIRENÓPOLIS: PERCEPÇÃO DOS SETORES PÚBLICO, PRIVADO E
COMUNIDADE LOCAL.**

Monografia apresentada como
requisito para conclusão do curso de
bacharelado em Turismo do
UniCEUB – Centro Universitário de
Brasília.

Professora Orientadora: Anna Maria
Felipin Rigobello

Brasília/DF, junho de 2010.

ANDREA ALENCAR SILVA

**ANÁLISE DAS POLÍTICAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE
PIRENÓPOLIS: PERCEPÇÃO DOS SETORES PÚBLICO, PRIVADO E
COMUNIDADE LOCAL**

Monografia apresentada como requisito
para conclusão do curso de bacharelado em
Turismo do UniCEUB – Centro Universitário
de Brasília.

Professora Orientadora: Anna Maria Felipin
Rigobello

Banca examinadora:

Prof(a). Anna Maria Felipin Rigobello
Orientadora

Prof. Luiz Daniel Muniz Junqueira
Examinador

Prof(a). Nilza Costa
Examinadora

Brasília/ DF, junho de 2010

“O segredo do sucesso é: descubra para onde as pessoas estão indo e chegue lá primeiro”.

Mark Twain

A Deus,

Pelas incontáveis bênçãos e por hoje me
fazer olhar pra trás e me sentir vitoriosa
pelas conquistas.

Agradecimentos:

Ao meu pai, Ronaldo, pelo amor, dedicação, confiança e incentivo.

À Professora Anna Maria Rigobello que a cada encontro clareava o caminho.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	08
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	13
2.1 Mercado Turístico.....	13
2.2 Definindo Políticas Públicas.....	14
2.3 Importância do Desenvolvimento Turístico.....	16
2.4 Sistema Turístico.....	18
2.5 Ações Operacionais.....	20
3. ANÁLISE DOS DADOS.....	22
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	34

RESUMO

O objetivo geral proposto para este estudo visa analisar se existe uma política de desenvolvimento do turismo na cidade de Pirenópolis/GO relacionando o poder público, privado e a comunidade local. Para alcançar tal objetivo, definiu-se como objetivos específicos: 1) Identificar, com base na teoria, o que são políticas públicas; 2) analisar as ações voltadas para o turismo em Pirenópolis; 3) apresentar a participação do setor privado no desenvolvimento turístico; 4) identificar o papel do setor público no desenvolvimento do turismo; e 5) identificar a participação da comunidade local no planejamento turístico da cidade. Os assuntos abordados para embasar teoricamente o estudo se remetem ao turismo, ao planejamento e às políticas públicas. O método de pesquisa empregado foi o qualitativo, exploratório, além das pesquisas bibliográfica e documental. Realizou-se uma entrevista por meio do qual foram colhidas as opiniões dos agentes prestadores de serviços de turismo (setor público, iniciativa privada e comunidade local). Mediante a análise de dados, verificou-se que existe uma política de turismo na cidade, evidenciada pela inclusão do município de Pirenópolis no “Projeto dos 65 Municípios Indutores”, o que garante o repasse de recursos federais para expansão e melhoria da infra-estrutura do município, além de outros projetos desenvolvidos em Pirenópolis que garantem a existência de políticas públicas.

Palavras-chave: 1. Políticas Públicas; 2. Planejamento Turístico; 3. Sistema de Turismo; 4. Pirenópolis/GO.

1. INTRODUÇÃO

O desenvolvimento e o fortalecimento do turismo em determinada localidade, região ou país, depende de uma conjugação de esforços de pelo menos dois setores da sociedade, a esfera pública e a iniciativa privada.

Cabe ao poder público desenvolver e implementar políticas que levem ao fortalecimento da atividade turística, enquanto ao setor privado cabe a realização dos investimentos, que serão viabilizados economicamente em consonância com a política implementada pelo setor público (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

Segundo Sancho (2001, p. 38):

O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras.

Nesse sentido, o turista é a pessoa que viaja para determinado lugar em busca de lazer e diversão, que se desloca para fora de seu local de residência permanente por mais de 24 horas, realizando pernoite (SOUZA e CORRÊA, 2000, p. 152).

Certamente, essas ações dependem do potencial turístico da localidade e das suas características. Por exemplo, o título de Patrimônio Histórico da Humanidade concedido à cidade de Goiás tornou-se um argumento de forte apelo para a Secretaria de Turismo do Município no seu esforço de fortalecer o turismo local.

De forma semelhante, as datas históricas comemoradas em Pirenópolis são usadas como referência para incrementar o movimento turístico na cidade nesses períodos.

Esses, porém, são eventos pontuais, que movimentam a cidade durante curto período de tempo. O desafio, nesse caso, é encontrar outras atividades e ações para manter o turista por mais tempo na cidade.

A grande vantagem geográfica de Pirenópolis é a sua proximidade com Goiânia, capital do Estado de Goiás, e com Brasília, a capital federal, sendo esta de onde provém cerca de 70% dos turistas.

Pelas suas características históricas e geográficas, a cidade e o município de Pirenópolis apresentam um grande potencial turístico nas áreas de ecoturismo, turismo cultural-histórico e gastronômico (SETUR, 2010).

A geografia e a região acidentada de Pirenópolis são um convite ao ecoturismo, através de trilhas, cachoeiras e montanhas. No aspecto cultural e histórico, Pirenópolis representa um atrativo por ser uma cidade histórica fundada em 1.727, portanto, com 282 anos (PIRENÓPOLIS, 2010).

A gastronomia local é bem diversificada, com especialidades da cozinha goiana, como o empadão goiano, o arroz com pequi, o quiabo com polenta, a leitoa à pururuca, etc. (PIRENÓPOLIS, 2010). Vários restaurantes oferecem diversificada comida típica e internacional nos restaurantes mais sofisticados. Mas o que prevalece são os restaurantes típicos.

Essas características, em especial a idade da cidade, fazem de Pirenópolis um ponto atrativo ao turismo.

O Fenômeno mundial do turismo, nas suas várias modalidades – religioso, cultural, histórico, ambiental, etc., é hoje oferecido para todas as faixas etárias, na forma de pacotes econômicos facilitados em pagamentos parcelados.

Há algum tempo, as oportunidades de viagens turísticas não eram tão bem direcionadas a determinadas faixas etárias, como por exemplo, a terceira idade. Com a iniciativa do Ministério do Turismo, foi criado o programa “Viaja Mais”, direcionado somente à terceira idade, incentivando viagens a diversos locais com preços acessíveis (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

Há que se considerar que o crescimento do turismo enfrenta diversas dificuldades. Do lado público, segundo Beni (2003, p. 96), em pesquisa realizada “verificou-se que a primeira razão que mais dificultava o desempenho operacional da [...] Embratur na ordenação e promoção do turismo era a indefinição de uma política nacional que normatizasse a ordem institucional e o sistema de gestão para o setor”. Mesmo assim, há que se considerar a importância da ação do poder público como catalisador do sistema e responsável por uma política de turismo.

Ainda segundo Beni (2003, p. 97) “Não há dúvida sobre o número de postos de trabalhos criados com a implantação de um empreendimento turístico”.

Portanto, as afirmações de Beni demonstram que a atividade de turismo no Brasil pode ser mais de interesse privado já que o setor público ainda não tem uma política formulada.

Para Beni (apud Oliveira et. al., 2003, p. 50), “A ausência de pesquisas científicas e um quase menosprezado conhecimento teórico do fenômeno ‘Turismo’ no Brasil têm levado a uma ação pouco eficiente nesse sistema, com seus evidentes reflexos e conseqüências na política nacional de Turismo”.

Supõe-se que a principal dificuldade para o desenvolvimento da atividade turística em Pirenópolis é a inexistência de uma coordenação envolvendo as instâncias municipal, estadual e federal.

Isso não quer dizer que não haja uma política pública de fomento do turismo por iniciativa do poder público municipal.

Então, a questão que se coloca é se existe efetivamente uma política de médio e longo prazo que estabeleça os pontos principais condicionantes de desenvolvimento do turismo na cidade de Pirenópolis para captar e atingir esse público.

Portanto, esta é a questão que se coloca e que se pretende responder com o seguinte problema de pesquisa:

Existe uma política de desenvolvimento do turismo na cidade de Pirenópolis - GO relacionando o poder público, privado e a comunidade local?

Nesse sentido, o objetivo geral deste estudo visa analisar se existe uma política de desenvolvimento do turismo na cidade de Pirenópolis/GO relacionando o poder público, privado e a comunidade local.

Para alcançar tal objetivo, definiu-se como objetivos específicos: 1) Identificar, com base na teoria, o que são políticas públicas; 2) analisar as ações voltadas para o turismo em Pirenópolis; 3) apresentar a participação do setor privado no desenvolvimento turístico; 4) identificar o papel do setor público no desenvolvimento do turismo; e 5) identificar a participação da comunidade local no planejamento turístico da cidade.

É importante verificar a existência, abrangência e conteúdo de planos, programas e projetos idealizados pela Secretaria Municipal de Turismo do município de Pirenópolis para desenvolver o turismo local.

Outro aspecto relevante é identificar áreas onde é necessário dar suporte para implementação da atividade turística no município: acessos, infra-estrutura

hoteleira, diversidade da gastronomia, informações sobre localização, pontos turísticos, sinalização de trânsito, proteção ambiental, etc.

Ao verificar o plano estratégico de Pirenópolis e, também, ir a campo investigar a cidade, é possível analisar o nível de serviço oferecido aos turistas locais e, ainda, avaliar o nível de satisfação dos turistas.

Com relação aos métodos de pesquisa adotados, evidencia-se utilização da pesquisa qualitativa por “ser caracterizada como a tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados” (RICHARDSON, 1999, p. 90).

O método de pesquisa qualitativo, segundo Minayo (2002, p.101) refere-se à análise de dados que não podem ser quantificados “trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes”.

Esse estudo se caracteriza ainda como uma pesquisa exploratória, pois segundo GIL, (2002, p. 58)

Pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições.

Nesse sentido, foi feita uma visita à cidade de Pirenópolis para conhecer as instituições públicas, os projetos sobre turismo, a infra-estrutura de apoio e suporte aos turistas, bem como os pontos turísticos da cidade tanto da área urbana como rural.

Utilizou-se também neste estudo a pesquisa secundária baseada em documentos e bibliografias diversas sobre o tema abordado.

Conforme Gil (2002, p. 61):

A pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A diferença essencial entre ambas está na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico.

Na pesquisa documental é utilizado material que ainda não recebeu tratamento analítico ou que pode ser reelaborado. “As fontes documentais podem ser documentos de primeira mão conservadas em arquivos de instituições públicas e privadas [...]” (DENCKER, 2003, p. 125).

O uso da técnica documental foi representado objetivamente, no âmbito da Secretaria Municipal de Turismo de Pirenópolis, onde foi formalizada a solicitação ao Secretário de acesso aos planos, programas e projetos de desenvolvimento do turismo naquele município.

Já a pesquisa bibliográfica foi “desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. (GIL, 2002, p. 44). Tal material foi utilizado principalmente na construção teórica deste estudo, abordando-se temas como turismo, políticas públicas, planejamento turístico, entre outros.

A etapa seguinte, no âmbito da pesquisa, caracteriza-se pelo levantamento de dados e informações primárias, mediante entrevistas e preenchimento de questionário.

Como pesquisa qualitativa, o objetivo era essencialmente colher opiniões através de entrevistas e preenchimento de questionários. A riqueza das informações oferecidas pelos entrevistados, em vários casos, extrapolou as próprias questões inseridas nos questionários.

Essa segunda parte, referente à pesquisa de campo e coleta de informações tem sua fundamentação teórica conforme citado a seguir:

Segundo Gil (2002, p. 66):

Pesquisa de levantamento “Caracteriza-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, obterem-se as conclusões correspondentes aos dados coletados.

A pesquisa de levantamento é compulsória, dado que precisa-se conhecer os planos, programas e projetos que compõem a política de turismo para o município de Pirenópolis.

Foram realizadas 10 entrevistas abrangendo a rede hoteleira, bares e restaurantes e a comunidade local, comerciantes e artesãos. Além disso, realizou-se uma entrevista com o Secretário de Turismo de Pirenópolis/GO (APÊNDICES A, B e C).

Contudo, os dados coletados serão analisados e descritos conforme interpretação da autora.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A base teórica sobre o assunto objeto desta monografia, descrita a seguir, é composta de políticas públicas, desenvolvimento turístico, sistema turístico, ações operacionais e mercado turístico.

2.1. Mercado Turístico

Dentro das várias modalidades de turismo, as localidades se diferenciam pela especialidade, ou seja, cada local oferece a sua respectiva opção de turismo. Assim é que uma localidade histórica, com as suas peculiaridades oferece guias especializados na história específica do local.

Por essa razão, os serviços são diferenciados e únicos, caracterizados como pessoais ou locais, não se assemelhando a outros.

Mercados Turísticos inserem-se na categoria concorrência imperfeita devido à suas características: os produtos não são homogêneos e intercambiáveis, mas diferenciados. Cada empresa vende um produto que de certo modo se traduz como único e diferenciado dos demais e neste sentido assemelha-se a uma empresa monopolista. É justamente por esta diferenciação que o mercado de turismo é quase um monopólio¹. (BENI, 2003, p. 149).

De acordo com Beni (2003, p. 149):

concorrência imperfeita é a situação de mercado que se caracteriza pela capacidade de influenciar na demanda, usando práticas enganadoras como diferenciação do produto, marcas e propaganda; por restrições ao ingresso de competidores; pela existência generalizada de incerteza e conhecimento imperfeito sobre preços e lucros e pela ausência de competição de preços, e em que há possibilidade de produção de substitutos.

Tanto com relação aos serviços oferecidos como com relação aos produtos, há uma individualidade na sua oferta, o que não permite ao turista fazer uma comparação perfeita.

Na sua essência, “O mercado turístico é constituído pelo conjunto dos consumidores de turismo e pela totalidade da oferta de produtos turísticos. Trata-se,

¹ Monopólio: Situação de mercado em que um único vendedor ou um único produto sem similar substituto adquire completo controle do preço.

portanto, de um conceito econômico extremamente amplo e diversificado” (IGNARRA, 2003, p. 75).

A rigor, todo turista tem uma grande propensão a consumir. O próprio clima nos ambientes turísticos é um incentivo ao consumismo de produtos, programas de lazer e de compras.

Segundo Ignarra (2003, p. 75) “o mercado consiste em todos os consumidores potenciais que compartilham de uma necessidade ou desejo específico, dispostos e habilitados para fazer uma troca que satisfaça essa necessidade ou desejo”.

É um mercado consumidor efetivo, por isso, os locais de grande fluxo de turistas são freqüentados por todo tipo de vendedor oferecendo todo tipo de produto.

Além disso, há produtos direcionados a diferentes faixas etárias da população, bem como produtos de época.

2.2. Definindo Políticas Públicas

O turismo em geral, tanto na dimensão interna quanto externa, guarda uma estreita relação com o setor público.

Pelas suas próprias características a atividade de turismo está intimamente relacionada com os termos deslocamento, acesso, viagem, movimentação, etc.

Todas essas interfaces têm extensões e relação com a infra-estrutura de todo o País, isto é, envolvem rodovias, terminais rodoviários e aeroviários, comunicações, regulação e fiscalização.

No Brasil, a maior parte dessas facilidades ainda é administrada pelo poder público, diretamente ou mediante concessão à iniciativa privada sob regulação e fiscalização do governo.

Segundo Dias (2003, p. 121) política pública é:

O conjunto de ações executadas pelo estado, enquanto sujeito, dirigidas a atender às necessidades de toda sociedade. Embora a política possa ser exercida pelo conjunto da sociedade não sendo uma ação exclusiva do Estado, a política pública é um conjunto de ações exclusivas do estado. São linhas de ação que buscam satisfazer o interesse público e têm que estar direcionadas ao bem comum.

Por meio de uma pesquisa, realizada em 1980 com o objetivo de “analisar o desempenho do sistema nacional de turismo instituído na administração pública direta e indireta” Beni (2003, p. 15) utilizou uma amostra equivalente a 48% do universo das instituições públicas cadastradas pela EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo à época e concluiu: “A primeira razão que mais dificultava o desempenho operacional da instituição na ordenação e promoção do turismo era a indefinição de uma política nacional que normatizasse a ordem institucional e o sistema de gestão para o setor”.

A pesquisa concluiu também, como terceira razão que mais dificultava o desempenho operacional da EMBRATUR na ordenação e promoção do turismo, “A falta de integração e coordenação entre os órgãos oficiais de turismo em todos os níveis, bem como a inexistência de uma ação intersetorial no desenvolvimento do setor” (BENI, 2003, p. 17).

Beni (2003, p. 16) afirma acreditar que:

Se essa pesquisa fosse aplicada hoje e com a mesma amostragem selecionada – e até ampliada -, revelaria um quadro ainda mais fragilizado, mesmo se considerarmos que, nos últimos anos, houve um destacado debate governamental e acadêmico que resultou na definição de paradigmas para a formulação de políticas e programas de desenvolvimento do turismo no Brasil.

Considerando que em 1980 a pesquisa realizada concluiu que havia uma falta de integração entre os órgãos oficiais de turismo e se essa pesquisa fosse aplicada hoje, o quadro estaria mais fragilizado, pode-se concluir que as políticas públicas estão cada vez mais, ou sendo traçadas equivocadamente, ou se bem definidas, não estão sendo implementadas.

Sendo o Brasil um país ainda dependente da ação governamental, o quadro na área de turismo é muito preocupante, na medida em que os projetos de desenvolvimento dependem, em grande escala, da iniciativa privada.

Esse quadro negativo é reafirmado por Beni (2003, p. 18) com o seguinte texto:

As políticas públicas de turismo no Brasil sempre tiveram impacto sobre o setor e sobre os estados e municípios, o que poderia justificar, em parte, desacertos acerca da ausência constante de uma orientação maior que indicasse explicitamente objetivos, metas, prioridades e metodologia na elaboração de projetos e programas.

Tais políticas também sofreram com a ausência de uma integração com outras políticas setoriais.

Entende-se, portanto, que é absolutamente indispensável haver uma coordenação geral no plano superior, isto é, a nível de governo federal, que atualmente é responsabilidade do Ministério do Turismo. Cabe a este órgão público o papel da integração e articulação das políticas públicas nos três níveis, sendo eles municipal, estadual e federal.

Um dos problemas mais difíceis de resolver em localidades de grande fluxo de turistas é a concentração nos períodos de pico.

“A localidade turística que possui uma grande demanda concentrada na alta estação precisa ter uma infra-estrutura suficiente para atender os picos máximos de demanda e ficar com esta infra-estrutura ociosa na maior parte do ano” (IGNARRA, 2003, p. 106).

Essa questão é tratada na Análise dos Dados, como resultado da pesquisa.

2.3. Importância do Desenvolvimento Turístico

A estrutura do turismo conjuga investimentos, lazer e fluxo monetário.

Os investimentos são realizados tanto pelo setor público como pelo setor privado, gerando emprego e renda. O lazer é um dos principais objetivos de todos os turistas, que se preparam para ter um bom nível de conforto, conhecer localidades interessantes e fazer compras. Todas essas ações representam despesa, o que equivale dizer que há um fluxo financeiro sempre presente.

De acordo com Dias (2003, p. 126), o turismo:

[...] pode ocupar papel importante no desenvolvimento de um país, de uma região ou de um município pela sua capacidade de criação de empregos, à sua contribuição à diversificação de atividades econômicas regionais e aos vários efeitos indiretos causados pelos gastos dos turistas.

Portanto, o desenvolvimento do turismo está vinculado ao desenvolvimento econômico de um país, por estar a atividade turística inserida na sua política econômica mais ampla.

Assim, pode-se identificar, segundo Dias (2003, p. 126) as seguintes áreas de envolvimento dos governos no desenvolvimento do turismo: a coordenação, o planejamento, a legislação e regulamentação, empreendimentos, incentivos, atuação social e promoção do turismo.

Como coordenador, cabe ao estado considerar no planejamento da atividade turística, os interesses específicos de cada seguimento em um plano maior de interesse da coletividade, ou seja, “um plano abrangente que tenha como alvo toda a sociedade e permita distribuir os benefícios a toda a coletividade” (PETROCCHI, 1998, p. 82).

O Planejamento tem como objetivo estabelecer as linhas gerais para que o desenvolvimento aconteça de modo ordenado e previamente escolhido (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

Segundo Petrocchi (1998, p. 81) “... planejamento é a definição de um futuro desejado e de todas as providências necessárias à sua materialização”.

A Legislação e Regulamentação definem as leis, decretos e resoluções, ou seja, as normas codificadas no direito são um importante instrumento para a realização das políticas públicas (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

Para os Empreendimentos, o Estado fornece a infra-estrutura básica, como as estradas e o saneamento, mas também pode ser proprietário e dirigir empreendimentos como hotéis, pousadas, campings, etc.

Os incentivos a serem patrocinados pelo Estado para o desenvolvimento do Setor Privado do Turismo podem ser de vários tipos, tais como: empréstimos, incentivos fiscais, isenções de taxas, etc.

Na Atuação Social o Estado pode promover o turismo em camadas sociais menos favorecidas, contribuindo para a expansão da atividade e para a ampliação do exercício do direito ao lazer. Isso pode-se traduzir em incrementar o turismo social, que é um tipo de turismo subsidiado.

E, por fim, a Promoção do Turismo é um dos papéis mais importantes do Estado por promover a atividade nas regiões emissoras de turistas, que podem ser outros países, ou outras regiões dentro de um mesmo país.

Em todas as áreas citadas, é evidente a importância da atuação do estado como promotor do desenvolvimento do turismo. Cada ação definida corresponde a uma face do turismo que poderá ser implementada, expandida ou fortalecida, sempre com a atuação direta ou indireta do estado.

De acordo com Petrocchi (1998, p. 87):

A sobrevivência do sistema turístico se prende a um atendimento ao cliente no mínimo satisfatório, pois cliente significa mercado. E, se tudo depende do mercado há necessidade de estudá-lo, conhecê-lo, saber de seus desejos e movimentos e estimar suas dimensões.

Deduz-se, portanto, que é fundamental a estruturação aprimorada do sistema turístico, que consiste basicamente no atendimento personalizado aos turistas. Como parte dessa estruturação aprimorada está o planejamento e o desenvolvimento da atividade turística.

Segundo Petrocchi (1998, p. 89) “O desenvolvimento turístico é afetado por vários fatores, de naturezas bastante distintas [...], como fatores socioeconômicos, culturais, psicossociológicos e técnicos”.

O movimento turístico de uma determinada localidade representa demanda por todo tipo de produto e de serviço. Produtos de consumo imediato, como alimentação, serviços oferecidos por guias de turismo, por hotéis e pousadas, são alguns dos que compõem um sistema de turismo muito mais amplo.

2.4. Sistema Turístico

Por sistema turístico “entende-se um conjunto de facilidades, órgãos, empresas, atrativos, história, natureza, etc.” (BENI, 2003, p. 53). Enfim, do ponto de vista dos atrativos há um leque muito grande no que se refere a oportunidades turísticas: turismo religioso, histórico, ecoturismo, aventura, etc.

Entretanto, para que haja um equilíbrio propício ao desenvolvimento e a prática do turismo, é necessária a infra-estrutura de acesso, de hospedagem e o fornecimento de serviços básicos como energia, saneamento, água etc.

Segundo Beni (2003, p. 23):

Sistema é um conjunto de partes que interagem de modo a atingir um determinado fim, de acordo com um plano ou princípio; ou conjunto de procedimentos, doutrinas, idéias ou princípios logicamente ordenados e coesos com intenção de descrever, explicar ou dirigir o funcionamento de um todo.

Portanto, pela definição acima fica implícita a existência de uma coordenação central, responsável pela interação entre as partes. Naturalmente, pode-se identificar uma grande variação de elementos que compõem os sistemas.

Aplicado o conceito à atividade de turismo pode-se afirmar que o equilíbrio desejado no atendimento aos turistas, deriva da ação coordenada de vários setores, da oferta de produtos e da oferta de serviços.

Beni (2003, p. 44) afirma que:

O Turismo, na linguagem da Teoria Geral de Sistemas deve ser considerado um sistema aberto que, conforme definido na estrutura dos sistemas, permite a identificação das suas características básicas que se tornam os elementos do sistema.

Assim sendo, entende-se que um sistema aberto oferece oportunidade e espaço para todo tipo de ação com a mesma finalidade. Nos locais de concentração de fluxo de turista existe uma demanda potencial de consumo por qualquer produto, e isso pode incentivar o surgimento de atividades econômicas com a finalidade de ofertá-los.

Complementando, Beni (2003, p. 44) diz que:

A Teoria Geral de Sistemas afirma que cada variável, em um sistema específico interage com todas as outras variáveis desse sistema e com as de outros sistemas que com ele realizam operações de troca e de interação, explicando e desenhando as configurações aproximadas da dinâmica da vida real.

O Sistema Turístico não foge a essa regra, pois é constituído de um conjunto de partes e elementos que agem e atuam com um mesmo objetivo: proporcionar ao turista o maior conforto e oferecer as melhores oportunidades de lazer de modo a conquistar a confiança e assegurar a permanência deles.

A cidade e o município de Pirenópolis apresentam grande potencial tanto para o ecoturismo quanto turismo cultural-histórico e gastronômico, se enquadrando na citação a seguir.

Segundo Souza e Corrêa (2000, p. 59):

Ecoturismo é o segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do meio ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas. Implica também em um trabalho de educação ambiental, que produza oportunidades econômicas que façam dos recursos naturais um benefício para a população local, atual e futura (desenvolvimento sustentável).

O relevo da região de Pirenópolis, localizada no centro do estado de Goiás, é muito acidentado, proporcionando belas cachoeiras, nascentes, e o portal da Chapada dos Veadeiros, oferecendo trilhas e grande diversidade da flora e da fauna.

Segundo Lopes (2001, p. 45) “Turismo cultural-histórico é o turismo que atrai pessoas interessadas em vivenciar a cultura e a tradição de um povo, seus monumentos, os acervos recolhidos em museus, bibliotecas e fundações”.

A cidade de Pirenópolis foi fundada em 1727, proporcionando rica arquitetura colonial, construções que remontam ao período da escravidão, casas típicas e igrejas que constituem um marco religioso, com costumes mantidos até hoje através de danças típicas como Cavalhadas, congados e reisado.

Por fim, segundo Souza e Corrêa (2000, p. 73) “Turismo gastronômico é o turismo onde as pessoas procuram o prazer degustativo, visual e olfativo”.

A riqueza gastronômica oferecida aos turistas tem sua principal referência no cerrado goiano de onde são retirados o pequi, murici, mangaba e outras frutas típicas. Desses produtos são feitos pratos típicos, sorvetes, licores e outros tipos de bebidas.

2.5. Ações Operacionais

As ações operacionais estão relacionadas em especial à demanda dos turistas. Compreende, portanto, o setor de produção de bens e serviços para atender a esta demanda.

Segundo Beni (2003, p.45):

[...] o diagrama de contexto do Sistema de Turismo permite visualizar três grandes conjuntos: os das Relações Ambientais, o da Organização Estrutural e o das Ações Operacionais, bem como seus componentes básicos e as funções primárias atuantes em cada um dos conjuntos e em interação no sistema total.

Portanto, as Ações Operacionais representam um conjunto de ações integrantes do Sistema de Turismo, um subsistema com funções próprias e específicas que, conforme Beni (2003, p. 47),

São subsistemas identificados nos conjuntos das Relações Ambientais, da Organização Estrutural e das Ações Operacionais, sendo eles os subsistemas ecológico, econômico, social e cultural da

superestrutura, infra-estrutura, do mercado, da oferta, da demanda, de produção, de distribuição e de consumo.

Observa-se que às Ações Operacionais estão vinculadas essencialmente a questões e variáveis relativas ao mercado, à oferta e demanda, à produção e à distribuição e consumo, questões estas essencialmente econômicas.

A estrutura de produção e distribuição de produtos de consumo de determinada localidade turística (oferta) tem que estar em equilíbrio com a demanda, em termos de quantidade, qualidade, sazonalidade etc.

Daí a necessidade de se observar a existência de uma política de turismo que envolva o poder público, a iniciativa privada e a comunidade local de Pirenópolis/GO. Pois essa política, associada ao planejamento turístico é o que garante o desenvolvimento e permanência de uma destinação no mercado turístico.

3. ANÁLISE DOS DADOS

A pesquisa local na cidade de Pirenópolis teve a sua estratégia definida em função da abordagem qualitativa desta monografia. Isto é, foram definidos os procedimentos para realização de entrevistas, buscando essencialmente avaliar opiniões, colher pontos de vista, além de fazer uma avaliação contextual do tema proposto.

O enfoque eminentemente prático desta monografia e os comentários de alguns entrevistados, especialmente do secretário de turismo do município de Pirenópolis, dão os contornos a uma possível contribuição deste trabalho para reflexões técnicas futuras para o turismo local.

Para isso, a pesquisa foi dividida em quatro partes no que se refere à realização das entrevistas com segmentos que atuam ou participam de alguma forma na atividade turística na cidade de Pirenópolis. Esses segmentos são: rede hoteleira, restaurantes, pessoas da comunidade local e o segmento governamental, representado pelo Secretário de Turismo do município.

Como é próprio de toda pesquisa de opinião, é importante registrar o conflito entre as diversas opiniões. O mesmo segmento entrevistado oferece aparentes contradições, que se justificam quando analisadas com maior profundidade.

Por exemplo, a sujeira rígida ao grande movimento de turistas é relevada pelos comerciantes que se beneficiam do aumento de vendas, porém, indicada como malefício pelos moradores.

Quanto à parte que cabe ao órgão público, a entrevista com o Secretário de turismo, Sérgio Rady permitiu identificar diversas questões relevantes analisadas abaixo.

Tendo como base o plano de desenvolvimento do turismo, o município de Pirenópolis, juntamente com mais três municípios do estado de Goiás, compõe o grupo denominado “destinos indutores”, formado por 65 municípios brasileiros.

De acordo com o Ministério do Turismo (2010), “os 65 destinos indutores representam um elo do Programa de Regionalização do Turismo, e são o resultado de um intenso processo de estudos e investigações sobre a potencialidade turística brasileira”. Certamente, um plano dessa ordem e abrangência representa um grande avanço no planejamento e no desenvolvimento do turismo brasileiro e deverá servir como referencial para outros municípios.

Algumas preocupações do Secretário de Turismo de Pirenópolis ficaram evidentes. São preocupações de ordem econômica, ambiental, social e cultural.

Uma delas é a de que a receita do Município é insuficiente para prover a infra-estrutura necessária para atender a demanda dos turistas que freqüentam a cidade de Pirenópolis.

Deve ser registrado que de acordo com o Secretário há uma fidelização de boa parte dos turistas que visitam Pirenópolis, isto é, boa parte dos turistas volta à cidade.

Essa atitude do turista em retornar à cidade consolida a importância de Pirenópolis como pólo de vocação turística e tem como consequência adjacente uma propaganda gratuita feita pelo turista fidelizado e possivelmente a extensão do convite a outros turistas para conhecerem a cidade.

A questão ambiental, outra preocupação do secretário, transcende os limites do município por ser uma questão nacional e mundial.

O município de Pirenópolis oferece excelentes alternativas para o ecoturismo. Esse segmento envolve uma interação entre o turista e a natureza, daí a preocupação com a questão ambiental.

Quanto ao aspecto social, ficou evidente uma preocupação da Secretaria com a interferência do turismo na vida da população local. Uma cidade com 283 anos e com toda uma tradição familiar e cultural pode ser descaracterizada pelas diversas culturas levadas pelos turistas.

No que se refere à infra-estrutura turística de Pirenópolis, o contexto atual é representado por uma fase de grande desenvolvimento, por tratar-se de um pólo turístico novo, com apenas 15 anos, em que a infra-estrutura ainda está em fase de consolidação.

Há um crescimento exponencial da oferta de bares e restaurantes na cidade, com a consequente demanda por serviços públicos de infra-estrutura, além de segurança e serviços de informação.

Dentre as iniciativas locais tanto do poder público quanto do setor privado, destaca-se o programa “Olá Turista”, criado pela fundação Roberto Marinho, em parceria com o Ministério do Turismo. “Através desse programa, profissionais de diversas áreas ligadas ao setor de turismo que atuam diretamente com o público terão a oportunidade de aprender, de graça, em um ano, inglês e espanhol, pelo método de educação à distância” (Ministério do Turismo, 2010).

As principais dificuldades citadas pelo Secretário em relação ao turismo local são a qualificação e capacitação dos prestadores de serviços, a adequação dos eventos populares ainda não consolidados e o fluxo sazonal de turistas concentrados nos finais de semana.

Especialmente este último ponto tem como consequência uma grande ociosidade de toda a infra-estrutura nos dias úteis e uma sobrecarga nos finais de semana nos pontos de visitação, nos hotéis e pousadas, restaurantes e até mesmo nas lojas de vendas de souvenirs e artesanato.

A capacidade de hospedagem local é de apenas 3.000 leitos, não obstante, a cidade recebe até 30.000 turistas nos eventos principais do calendário turístico local. Por consequência, a maior parte dos turistas durante os eventos mais importantes recorre a hospedagem informal (aluguel de casas residenciais), hospedagem em vilarejos próximos, campings e barracas próprias, próximas à cidade e junto a cachoeiras e sítios de ecoturismo, segundo informações do entrevistado da secretaria de turismo.

Quanto à dependência do município de Pirenópolis em relação ao governo do estado de Goiás, o fato de estar incluído no Programa de 65 Destinos Indutores, minimiza as eventuais dificuldades de ordem política, tanto com o governo do estado como o governo federal.

Este aspecto é extremamente relevante, dado que os acessos ao município de Pirenópolis são feitos através de rodovias federais e estaduais. Portanto, a manutenção e conservação desses acessos fogem à alçada do poder público municipal e é fundamental que estejam em boas condições, principalmente o que liga Pirenópolis a Brasília, de onde parte cerca de 70% dos turistas.

Evidentemente que a sintonia e a parceria entre os diferentes níveis de governo – municipal, estadual e federal, estão sujeitas a questões e atritos de ordem política, o que pode eventualmente comprometer programas e projetos turísticos do município de Pirenópolis.

Essa questão, entretanto, pode ser considerada equacionada do ponto de vista positivo, a partir da instância federal, uma vez que o programa dos 65 municípios indutores que inclui Pirenópolis foi idealizado e é conduzido pelo Ministério do Turismo, portanto, da alçada federal.

A preocupação do secretário com relação ao aspecto social foi objeto de uma ampla abordagem da pesquisa.

Essa preocupação foi manifestada com abrangência de dois aspectos: o fortalecimento da atividade econômica local em função do fluxo financeiro levado pelos turistas e o choque de culturas.

Com relação ao primeiro aspecto, o Secretário considerou altamente positivo o fortalecimento da economia local e, por consequência da iniciativa privada, que poderá dar uma contribuição na geração de emprego e renda da população local, acrescentando que a Secretaria de Turismo não dispõe de recursos suficientes para prover a manutenção e o desenvolvimento do turismo, necessitando da ajuda da iniciativa privada para isso.

Ainda com relação ao primeiro aspecto, existe uma variável de conotação social identificada pelo Secretário com certa preocupação. Esta se refere à elevação dos preços dos produtos e serviços tornando-os inacessível à população local.

A situação ideal, cuja equação, o poder público procura identificar, é o equilíbrio entre o aumento da renda da população local e o aumento dos preços dos produtos e serviços oferecidos.

Quanto ao segundo aspecto, o Secretário fez referência aos 283 anos de fundação da cidade de Pirenópolis, à tradição, cultura e aos costumes da população local. Os turistas, a maior parte proveniente de Brasília, têm cultura diferenciada, moderna e até mesmo de outros países distantes. A preocupação social manifestada pelo Secretário é quanto à preservação da cultura do povo local.

Evidentemente, há uma cobrança para o poder público no que se refere a criação de programas de treinamento e capacitação dos prestadores de serviços, pelo menos no momento inicial, até que a iniciativa privada esteja devidamente consolidada e com capacidade de investimento.

No que tange às entrevistas realizadas com pessoas da comunidade evidencia-se a clara preocupação com a depredação e a distribuição de lixo pelas ruas da cidade pelos turistas, especialmente os jovens.

Foram identificadas opiniões divergentes quanto ao comportamento e ao nível de educação dos turistas, o que evidencia a existência de conflitos entre a atividade turística e os moradores da cidade.

Alguns representantes da comunidade registram a sujeira, o lixo, destruição de lixeiras e o barulho dos sons automotivos durante a noite, enquanto outros têm opinião de que a maioria é educada e espontânea, embora sujem um pouco a cidade.

Essa aparente contradição de opiniões se justifica na medida da tolerância e dos benefícios, isto é, os comerciantes locais relevam a sujeira e a relativa depredação feita pelos turistas em função do benefício financeiro que recebem deles, enquanto a população residente registra a sujeira e a depredação como um malefício único levado pelos turistas.

Quanto aos benefícios propiciados pelos turistas, o financeiro é o mais citado, com indicativos de que cerca de 80% das vendas do comércio são para os turistas.

Entretanto, este indicador tem um impacto muito grande na economia local. Sendo os preços nivelados à renda dos turistas que freqüentam a cidade, grande parte deles, da classe A, provenientes de Brasília, os produtos e serviços, tornam-se um fator de exclusão para os moradores locais.

Informações recebidas dos guias de turismo de Pirenópolis dão conta de que já existe um fluxo constante de turistas, as pessoas das embaixadas vão visitar Pirenópolis, especialmente as das embaixadas européias, asiáticas e norte americana. Enquanto os norte-americanos e europeus pagam os preços cobrados sem reclamar, os asiáticos pechinçam e comprem menos, conforme depoimento de vendedores de lojas de artesanato entrevistados.

Outro ponto indicado como positivo pela comunidade local é o intercâmbio cultural.

Esta é uma questão de grande repercussão nacional. Por ser o Brasil um país de grandes proporções territoriais e muito distante dos mais desenvolvidos, o intercâmbio cultural é diferente como, por exemplo, entre os países da Europa, que são muito próximos e existe uma permanente troca de informações entre as respectivas populações.

O turismo em Pirenópolis é praticado na sua maioria por pessoas da terceira idade. Porém, há um significativo fluxo de jovens que freqüentam a cidade em datas históricas como Festa do Divino, Cavalhadas e Semana da Gastronomia.

O efeito positivo, na opinião dos entrevistados provém mais dos idosos que não depredam e cuidam da conservação do que dos jovens.

Outro setor incluído na pesquisa foram os hotéis e pousadas. Pirenópolis possui apenas dois hotéis; prevalecem as pousadas em número de aproximadamente 100. Esses estabelecimentos representam a contribuição do setor privado para com o turismo local. Porém, não existe qualquer tipo de associação

entre eles, e não participam de qualquer esforço conjunto que vise a realização de investimentos ou implantação de novos projetos.

Constatou-se também que não existe um compromisso ou fidelidade com os agentes de viagem ou representantes turísticos, o que representa um atraso nas relações comerciais. As agências de viagens que oferecem pacotes turísticos com divulgação, marketing e propaganda deveriam ser os grandes parceiros das pousadas e hotéis. Na realidade, são vistos como concorrentes, em prejuízo de toda a cadeia turística, contrariando o referencial abordado sobre Sistema de Turismo que prevê a necessidade de integração de todos os setores turísticos para que a atividade se consolide e/ou desenvolva.

Tais atitudes criam uma desconfiança entre os empresários, onde cada um vê no outro um concorrente e não um parceiro.

A maior dificuldade apontada pelos entrevistados – gerentes, proprietários e executivos dos estabelecimentos é a baixa demanda entre segunda-feira à quarta-feira. Neste período, somente os “viajantes”, pessoas que viajam a negócio, para compras, discutir contratos de fornecimento de pedras para piso na construção civil, visitam a cidade, conforme informação passada por uma gerente de pousada.

De quinta-feira a domingo, em praticamente todos os finais de semana do ano o índice de ocupação é muito alto. Alcançando até 100%, especialmente em feriados prolongados, como no carnaval e em eventos culturais.

Existe um movimento por parte dos proprietários de hotéis e pousadas reivindicando junto à secretaria de turismo a criação de um programa de incentivo ao turismo de segunda a quinta-feira, período em que a taxa de ocupação é muito baixa, exceção feita aos feriados prolongados como carnaval, festa das Cavalhadas, semana da Gastronomia etc.

A gastronomia é um dos pontos fortes do turismo de Pirenópolis, conforme atestam os proprietários de restaurantes que se empenham em oferecer cardápios típicos e variados.

A cozinha brasileira oferecida pelos restaurantes locais, conjuntamente com a tradição da típica comida goiana, constituem forte atrativo da cidade, até mesmo para o turista internacional.

Também foi citada a existência de problemas de ordem econômica com grupos dominantes no setor gastronômico. Por exemplo, existe na cidade a “Rua do Lazer”, com vários restaurantes, cujos proprietários formam uma espécie de cartel,

oferecendo produtos de todos os tipos às vezes a preço vil para atrair o turista e com isso prejudicam os empresários dos demais estabelecimentos da cidade onde se situam esses outros estabelecimentos.

De uma forma geral, os empresários tanto da área hoteleira quanto gastronômica, segundo avaliou a pesquisa, não tem conhecimento dos planos, programas e projetos de apoio e desenvolvimento do turismo no município. Ficam, portanto, à margem das tomadas de decisões sobre o assunto e tem dificuldade em adequar a oferta de bens e serviços em um eventual aumento de demanda.

Outra conclusão interessante da pesquisa com os proprietários de restaurantes é que alguns estabelecimentos fazem preços diferenciados para os moradores de Pirenópolis que se identificam. Essa providência vem atestar a dificuldade que o morador local tem de pagar os preços praticados pelos estabelecimentos com os turistas.

Em outra observação verificou-se que o impacto gerado nos estabelecimentos comerciais, restaurantes e pousadas é o despreparo dos atendentes para receber turistas internacionais, especialmente vindo das embaixadas de Brasília.

Conforme avaliado pelo guia de turismo da secretaria e com base nos depoimentos dos próprios donos de pousadas, a comunicação com os estrangeiros que vão das embaixadas de Brasília é difícil. Os funcionários não sabem falar outra língua.

A dificuldade de diálogo em outra língua estabelece barreiras que inibem a presença de turistas no respectivo estabelecimento.

Conforme citado anteriormente, o programa “Olá Turista”, do Ministério do Turismo em parceria com a Fundação Roberto Marinho, em andamento, deverá resolver esse problema, oferecendo cursos gratuitos de Inglês e Espanhol para os funcionários de restaurantes, pousadas, taxistas e guias de turismo.

A perspectiva de Pirenópolis ser uma sub-sede da Sede de Brasília da Copa do Mundo de 2014, de acordo com o Secretário de Turismo, torna a questão do aprendizado de outra língua e a capacitação dos prestadores de serviços pelo menos o espanhol e o inglês de solução imperativa, envolvendo todos os prestadores de serviço e todos os estabelecimentos que quiserem tirar partido desse evento internacional.

Contudo, verificou-se ao final da análise que há, em relação a algumas perguntas, uma aparente contradição nas respostas. Por exemplo, na questão sobre os benefícios levados pelos turistas à cidade, respondeu um morador local que “elevam os preços do comércio e do setor imobiliário”.

Por outro lado, um gerente de loja se disse “satisfeito por cobrar preços melhores para os seus produtos”.

Já o setor hoteleiro respondeu que “o crescimento do turismo além de aumentar a demanda, permite cobrar preços mais altos, principalmente dos turistas de Brasília”.

Essa perspectiva justifica os investimentos em treinamento e capacitação da mão de obra, que o setor privado se propõe a fazer para melhoria do nível de serviço oferecido.

Assim, os resultados da pesquisa do ponto de vista qualitativo são considerados positivos, na medida em que os objetivos foram alcançados.

As entrevistas foram realizadas de forma espontânea, notando-se o interesse de todos os respondentes em colaborar, especialmente pelo fato de entenderem que um trabalho com esse enfoque, mesmo acadêmico poderá trazer benefícios para a cidade, economia local, turismo, tradições cultivadas há séculos pelos moradores locais e a apresentação de indicadores que possam facilitar o desenvolvimento sustentável do turismo no município de Pirenópolis e no estado de Goiás.

Nos termos da fundamentação teórica desta monografia, constatou-se que a inclusão da cidade de Pirenópolis no Projeto “65 Municípios Indutores”, conduzido pelo governo federal, além de certa garantia de implementação, representa um grande avanço institucional com benefícios extensivos a todos os setores da vida local, seja econômica, cultural, artística, histórica, ou ambiental, etc.

Prova disso é o entusiasmo do Secretário ao responder sobre a existência do plano, programas e projetos de desenvolvimento do turismo no município de Pirenópolis: “O Projeto 65 Municípios Indutores abrange todos os aspectos relativos à infra-estrutura turística de Pirenópolis, com compromisso do governo federal e com garantia de recursos para a sua implementação” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2009).

Como consequência é de se esperar que a atividade turística no município de Pirenópolis passará por um período de significativo desenvolvimento, com a

implementação das ações previstas no Projeto “65 Municípios Indutores”, assim como ações efetivas de resposta da iniciativa privada local.

Com isso, será fortalecido o mercado turístico no município e na região, que se constituirá em uma alternativa para atender a demanda de Brasília, turistas nacionais e internacionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo no Brasil tem ainda um grau de dependência relativamente alto do poder público. Essa situação verifica-se em função do nível de desenvolvimento do País, isto é, como nos demais setores econômicos, a participação do Estado é fundamental como provedor da infra-estrutura pública, da segurança, da regulação e da preservação de monumentos históricos e do meio ambiente.

Esta monografia, na sua abordagem maior, relaciona os diferentes papéis do governo e da iniciativa privada e da comunidade local que, conjugados, dão suporte ao crescimento e ao desenvolvimento das regiões e localidades turísticas do Brasil.

A escolha do município e da cidade de Pirenópolis para averiguação e avaliação das ações desses dois agentes deu-se em função da proximidade de Pirenópolis com Brasília e por ser aquele município um pólo de grande atração turística principalmente para a população de Brasília, e demais turistas nacionais e internacionais.

Em uma avaliação geral, identificou-se que o pólo turístico de Pirenópolis, embora ainda muito novo, apresenta um potencial de desenvolvimento.

Nesta perspectiva, procurou-se avaliar, com este trabalho, a ação do poder público e da iniciativa privada por meio de pesquisa documental e de entrevistas com os agentes locais e a aceitação da comunidade local com relação ao desenvolvimento da atividade turística.

Os resultados foram positivos e às vezes surpreendentes, permitindo oferecer uma contribuição aos diversos setores estudados, sob a forma de diagnóstico e sugestões para futuras ações, tanto por parte do poder público quanto do setor privado.

A pesquisa foi realizada considerando-se três segmentos de agentes que se relacionam diretamente com os turistas: a Secretaria de Turismo (poder público), restaurantes e hotéis (iniciativa privada) e comunidade local, ficando evidenciada a existência de políticas públicas voltadas para a consolidação e crescimento da atividade turística na cidade, como o projeto “Olá Turismo” e também por a cidade ser um dos 65 destinos indutores estabelecido pelo Ministério do Turismo. Porém verificou-se que os setores não são unidos. O poder público até tenta desenvolver ações voltadas para a comunidade local, contudo, não contempla projetos que envolvam a iniciativa privada, e esta por sua vez, não é integrada entre si, como por

exemplo, cada estabelecimento promove sua divulgação isoladamente, ao invés de unirem-se e “venderem” a destinação como um todo.

Sendo assim, os resultados e a sua análise foram apresentados dentro de uma lógica, do ponto de vista de cada um dos agentes envolvidos.

Do lado do poder público, a Secretaria tem conhecimento da deficiência dos serviços de sua competência e das dificuldades financeiras em provê-los e mesmo atender as necessidades inerentes ao crescimento da atividade turística.

Daí o esforço por parte do governo local em incluir o município de Pirenópolis no “Projeto dos 65 Municípios Indutores” na expectativa de que sendo esse projeto do Ministério do Turismo, os recursos e os meios para o crescimento e o desenvolvimento do turismo sejam provisionados pelo governo federal.

Do outro lado, constatou-se que a iniciativa privada é ainda muito modesta no que respeita ao nível de serviços oferecidos e o volume ofertado.

Basta registrar que a capacidade máxima de hospedagem da cidade é de 3.000 leitos e nos eventos culturais mais importantes a cidade recebe 30.000 turistas durante um final de semana.

Prevalece a improvisação e certamente o nível de serviço de atendimento cai significativamente em função da concentração da demanda.

Destaca-se ainda que não há uma unidade dentro de cada um dos segmentos pesquisados. Pelo contrário, há uma competição entre os bares e restaurantes, com prejuízo para todos.

Não há formação de cooperativas ou associações que possam fortalecer o poder de negociação dos estabelecimentos, com a esperada redução de custos. Por outro lado, no segmento hoteleiro, os agentes turísticos nem sempre são respeitados, pois o próprio estabelecimento faz as reservas a preços inferiores àqueles estabelecidos para os agentes turísticos.

Em suma, ainda não existe entre os prestadores de serviços básicos de turismo de Pirenópolis uma mentalidade moderna, empreendedora, de vanguarda. Isso compromete os investimentos e o crescimento da atividade turística e pode colocar em risco futuros projetos que visem oferecer níveis de serviços mais altos que os atuais, em função da exigência cada vez mais apurada dos turistas.

Desta forma, evidencia-se que algumas observações e sugestões a título de contribuição e a pedido da Secretaria de Turismo de Pirenópolis são necessárias. Dentre elas destacam-se: o desenvolvimento de um amplo programa de treinamento

e capacitação dos prestadores de serviços da rede hoteleira e dos restaurantes; implementação de um programa de educação turística, voltado para a população residente, comerciantes ou não, ampliando o programa “Olá Turista”; incentivo os estabelecimentos de cada ramo comercial a formarem cooperativas e associações com o objetivo de obter ganhos de escala; criação de um quiosque no aeroporto de Brasília com a finalidade de oferecer informações aos turistas que demandam Pirenópolis; e a promover eventos direcionados aos turistas jovens.

Essas sugestões serão encaminhadas à secretaria de turismo que por sua vez poderá repassá-las aos estabelecimentos comerciais da cidade.

Contudo, evidencia-se que não foram encontradas dificuldades para realização deste estudo. O material sobre o tema é vasto e a pesquisa de campo foi facilitada por todos os abordados, por estes terem a consciência da importância da atividade turística para a cidade. Todos foram educados e responderam além do que lhes era perguntado.

Por fim, evidencia-se que este trabalho não se esgota aqui, sendo este apenas uma contribuição para futuras pesquisas na área e para o despertar da situação do turismo na cidade de Pirenópolis/GO. Em posse desse estudo, solicitado pelo próprio secretário de turismo, será possível identificar as necessidades da população local e da iniciativa privada e adequar o planejamento do turismo local a estas.

REFERÊNCIAS

- BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 9 ed. São Paulo, 2003.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa** em turismo. São Paulo: Futura, 2003.
- DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.
- DIAS, Reinaldo e AGUIAR, Mariana Rodrigues. **Fundamentos do Turismo**. Campinas: Linear, 2002.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 2 ed. São Paulo: Editora Revista e Ampliada, 2003.
- LOPES, Ataíde Rodrigues, **O ABC do turismo: noções básicas**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- MINAYO, Maria Cecília. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 21 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.
- PETROCCHI, Mário. **Turismo: planejamento e gestão**. 1 ed. São Paulo: Editora Futura, 1998.
- RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3 ed. São Paulo: Editora Atlas, 1999.
- SANCHO, Amparo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Editora Roca, 2001.
- SOUZA, Arminda Mendonça de. CORREA, Marcus Vinícius. **Turismo: Conceito, definições e siglas**. Manaus: Valer, 2000.

Referências Eletrônicas:

- MINISTÉRIO DO TURISMO. Disponível em: <[http:// institucional.turismo.gov.br/](http://institucional.turismo.gov.br/)>. Acesso em: 04 abr. 2010.
- PIRENÓPOLIS. Disponível em: < <http://www.pirenopolis.com.br/>>. Acesso em: 06 jun. 2010.
- SECRETARIA DE TURISMO. Disponível em: < <http://www.setur.df.gov.br/>>. Acesso em 22 abr. 2010.

APÊNDICE A – Roteiro de Entrevista para o Poder Público

1. Qual é o plano e quais são os programas e projetos nele contidos sobre o turismo no município de Pirenópolis?
2. Como V.S^a. avalia a infra-estrutura turística de Pirenópolis?
3. Quais são as dificuldades para o desenvolvimento do turismo no município de Pirenópolis?
4. Qual é o nível de dependência do turismo no município de Pirenópolis em relação ao governo do estado de Goiás?

APÊNDICE B – Roteiro de Entrevista para a Iniciativa Privada

1. Seu estabelecimento faz parte de alguma associação? Qual?
2. Qual a sua atuação nessa organização? O que representa o turista para o seu estabelecimento?
3. Quais os progressos e benefícios você registra da atuação dessa organização? Se dobrar a demanda, você consegue atender o turista?
4. Qual é a sua avaliação com respeito ao turismo em Pirenópolis em termos de demanda pelos serviços e produtos que você oferece? (% da participação dos turistas)
5. Você tem conhecimento dos projetos do desenvolvimento do turismo no município de Pirenópolis?

APÊNDICE C – Roteiro de Entrevista para a Comunidade Local

1. Qual sua opinião (comportamento, educação, depredação) em relação aos turistas que visitam Pirenópolis?
2. Que tipo de benefício você entende que os turistas trazem para a cidade de Pirenópolis?
3. Você faz alguma distinção entre o turista nacional e o internacional?
4. Na sua avaliação, a presença de turistas na cidade de Pirenópolis é benéfica ou não?
5. Na sua opinião, o que mais a cidade deveria oferecer para atrair mais turistas?